

İndirilme Tarihi

08.09.2026 21:20:33

GCM207 - PAZARLAMA İLKELERİ - Gülşehir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu - Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Tüketici istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında aktif rol oynayan pazarlamanın tüm yönleriyle incelenip ihtiyaçların tatmininde uygulanması gerekli olan stratejilerin öğretilmesi.

Dersin İçeriği

Pazarlamanın tanımı ve önemi, yıllar içindeki gelişimi ve değişimi, pazarlama ortamı, tüketici davranışı modelleri, tüketicilerin satın alma karar verme süreci, satın alma davranışı ve bu süreçleri etkileyen faktörler gibi konular hakkında bilgi verilmektedir. Derste ayrıca pazarlama karması (marketing mix) unsurları da ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

İhtiyaçların tatmininde gerekli stratejileri uygulama becerisi kazandırmak.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Kitap okumak (iletişim becerilerini geliştirmeleri ve dile daha hakim olabilmeleri için), pazarlama, satış ve iş odaklı konuları içeren filmlerin yer aldığı öğrencilere verilen film listesinde yer alan filmleri izlemek.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğr. Gör. Dr. Züleyha GÖKÇE IŞIKHAN

Dersin Verilişi

Konu anlatımı ve tartışma.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Dr. Züleyha Gökçe Işıkhhan

Program Çıktısı

- İhtiyaçların tatmininde gerekli stratejileri uygulama becerisi kazandırmak.
- Müşteri tatmininin sürekliliğinin sağlanması için uygulanması gereken adımları kavratmak.
- Pazar bilgisini öğreterek, analitik düşüncenin önemini kavratmak ve analitik düşünceye yönlendirmek
- Pazarlamanın güncel meseleleri hakkında yorum yapabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (1-40)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Pazarlama felsefesi ve ilgili kavramlar; Pazarlamanın temel kavramları ve tarihsel gelişimi.	
2	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (41-70)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Pazarlama sorunlarına yaklaşımlar; Pazarlama problemlerine stratejik yaklaşımlar.	
3	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (71-100)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	İşletmenin felsefesi; işletme felsefesi ve pazarlama ilişkisi.	
4	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (101-140)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Durum ve rekabet analizi; pazar analizi ve rekabet stratejileri.	
5	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (141-180)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Pazarlar ve tüketici davranışları; Tüketici davranışları ve pazar segmentasyonu.	
6	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (181-220)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Pazar ölçümü ve hedef pazar tayini; Pazar büyüklüğü tahmini ve hedef pazar seçimi.	
7	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (221-260)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Büyüme ve rekabet stratejileri; işletme büyüme stratejileri ve rekabet avantajları.	
8				Ara sınav	
9	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (261-300)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Pazarlama bileşenlerinin optimizasyonu; Pazarlama karmaşasının etkin yönetimi.	
10	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (301-340)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Ürün politikaları; Ürün geliştirme, yaşam döngüsü ve marka yönetimi.	
11	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (341-380)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Fiyat kararları; Fiyatlandırma stratejileri ve maliyet analizi.	
12	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (381-420)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Dağıtım kanalları ve fiziksel dağıtım; Dağıtım stratejileri ve lojistik yönetimi.	
13	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (421-460)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Tutundurma kararları; Reklam, halkla ilişkiler ve satış promosyonları.	
14	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (461-500)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Örgütlenme, bilgi sistemi ve araştırma; Pazarlama bilgi sistemleri ve araştırma yöntemleri.	
15	İslamoğlu, A. H. (2020). Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım (6. bs.). Beta Yayıncılık. (501-608)		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Pazarlama denetimi ve genel değerlendirme; Pazarlama performans ölçümü ve stratejik değerlendirme.	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Derse Katılım	3	14,00
Ödev	3	10,00
Proje	3	10,00
Ara Sınav Hazırlık	2	4,00
Vize	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	2	4,00
Final	1	1,00

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü / Çağrı Merkezi Hizmetleri X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19
Ö.Ç. 1	5				5	5									4			
Ö.Ç. 2	5	2	4	4		5		2	1		3	1	2	2				2
Ö.Ç. 3	4	5	5	5	4	5				4					3		4	
Ö.Ç. 4		4				5	5											

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.
- P.Ç. 2 :** Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.
- P.Ç. 3 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 4 :** Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.
- P.Ç. 5 :** Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemeyen sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 6 :** Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.
- P.Ç. 7 :** Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.
- P.Ç. 8 :** Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.
- P.Ç. 9 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- P.Ç. 10 :** Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.
- P.Ç. 11 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 12 :** Atatürk İlke ve İlkelerini bilir ve bunlara sahip çıkar.
- P.Ç. 13 :** Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.
- P.Ç. 14 :** Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.
- P.Ç. 15 :** Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.
- P.Ç. 16 :** Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
- P.Ç. 17 :** Değişime ve yeniliğe açıktır.
- P.Ç. 18 :** Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.
- P.Ç. 19 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- Ö.Ç. 1 :** İhtiyaçların tatmininde gerekli stratejileri uygulama becerisi kazandırmak.
- Ö.Ç. 2 :** Müşteri tatmininin sürekliliğinin sağlanması için uygulanması gereken adımları kavratmak.
- Ö.Ç. 3 :** Pazar bilgisini öğretmek, analitik düşüncenin önemini kavratmak ve analitik düşünceye yönlendirmek
- Ö.Ç. 4 :** Pazarlamanın güncel meseleleri hakkında yorum yapabilir.